

KURZTEST FÜR IHREN WEBSHOP: VERTRAUEN SCHAFFEN UND KUNDEN GEWINNEN

Veröffentlicht am 14. Mai 2013 von Isabella



Besucher im Laden sind immer gern gesehen, das gilt auch für **Online-Shops**. Noch besser aber ist es, wenn Besucher zu Kunden werden. Die viel diskutierte "[Konversionsrate](#)" besagt, wie viele Ihrer Besucher tatsächlich zu Kunden werden und Ihre Produkte kaufen. Wie vieles, was über das schnelllebige Internet abgewickelt wird, bleibt dafür nicht viel Zeit.

Stellen Sie sich selbst dem 3-Sekunden-Test:

Um herauszufinden, wie es um Ihren Webshop steht, sollten Sie sich **in den Besucher hineinversetzen**. Das ist nicht leicht, doch versuchen Sie trotzdem, einmal einen **neutralen Blick** zu wagen. Schauen Sie sich also Ihren Online-Shop an und stellen Sie sich folgende zwei Fragen:

- Kann ein Besucher **innerhalb von drei Sekunden** sagen, was Sie hier verkaufen?
- Würde ein Besucher Ihnen seine Kreditkarte **anvertrauen**?
- Nach diesem ersten Schritt gilt es, **ehrlich** mit sich selbst zu sein: Braucht Ihr Shop ein paar **Veränderungen**?

Übersichtlichkeit ist die halbe Miete

Neben einem ansprechenden Design ist eine [übersichtliche Struktur](#) Ihres Online-Shops essenziell. Somit kann der Kunde schnell zur gewünschten Produktkategorie gelangen und das gesuchte Produkt in den virtuellen Einkaufswagen legen. Die [Produktbeschreibung](#) selbst ist hierbei auch sehr wichtig!

Des Weiteren ist es für Sie von großem Vorteil, wenn Ihre **Kontakt Daten** für den Kunden schnell zu finden sind. Besucher haben **nicht viel Geduld** und machen oft einen Rückzieher, wenn es zu lange dauert, oder der Bestellvorgang **zu kompliziert** ist.

Zeigen Sie Ihre Vorteile

Wenn Sie besonders **kundenfreundliche** Rückgabe-Bestimmungen haben oder [Rabatte](#) anbieten, werben Sie damit! Der erste Versand eines Neukunden ist kostenlos? Machen Sie dies für den Besucher **klar erkennbar**. Dies ist auch eine gute Möglichkeit, Fragen der möglichen Kunden schon im Vorhinein zu beantworten - Sie **sparen Zeit!**

Missverständnissen vorbeugen

Preise klar auszuzeichnen und für Klarheit bei den anfallenden Kosten zu sorgen, kommt Ihnen in jedem Fall zugute. **Transparenz** in der Kaufabwicklung **vermeidet Ärger** und fördert dadurch Ihre

Kundengewinnung.

Vertrauen schaffen

Wie kann man beim Besucher vermitteln, dass man ein bewährtes und vertrauenswürdige Unternehmen ist? Bekannte **Gütesiegel**, gute **Kundenbewertungen**, aber auch eine übersichtliche "Über uns"-Seite vermitteln dem Besucher einen ersten guten Eindruck.

Thumbnail Image: [Video screen wall at Canal City](#) von [RachelH_](#) via [CC BY 2.0](#)